

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт музыкального и художественного образования
Кафедра музыкального образования

**РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ
ИНТЕРЕСА К МУЗЫКАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ
У ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ РАЗВИТИЯ**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. Кафедрой

дата подпись

Исполнитель:
Томбасова Анастасия Константиновна
обучающийся БО-42 группы

подпись

Руководитель:
Тагильцева Наталия Григорьевна,
д-р пед. наук, профессор,
зав. кафедрой музыкального
образования

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К МУЗЫКАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ У ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ	7
1.1. Интерес, как психолого-педагогическое понятие.....	7
1.2. Рекламный ролик в музыкальном образовании детей.....	15
1.3. Условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития.....	21
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К МУЗЫКАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ У ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ РАЗВИТИЯ ПУТЕМ ПРЕЗЕНТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ.....	30
2.1. Диагностика развития интереса к музыкальному искусству.....	30
2.2. Методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей.....	40
2.3. Итоговая диагностика развития интереса к музыкальному искусству у детей.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	49
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	52
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	55
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	57
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....	58

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время расширяется сфера современных информационных и новых компьютерных технологий. Новые информационные и компьютерные технологии – это современные достижения, новейшие средства коммуникации. Развитие данных технологий влияет на различные процессы, происходящие в обществе, в том числе и на образовательный процесс. В связи с увлечением современными технологиями, происходит модернизация образования, где обоснована необходимость развития информационных технологий, где используются мультимедийные технологии, которые можно рассматривать, как инновацию в музыкальном образовании. Именно внедрение информационных технологий во все сферы жизни, предполагает использование технологий в музыкальном образовании.

Учащихся можно увлечь мультимедийными технологиями, в которых они увидят звуковую и текстовую информацию, яркие картинки, своеобразные эффекты, сочетание графической и анимационной информации. Сочетания традиционные методы образования с инновационными, педагог сможет заинтересовать учащихся, если демонстрируемый материал будет соответствовать возрастным и индивидуальным особенностям, при использовании мультимедиа, будет дано объяснение содержанию на слайдах. А также, если будет использована взаимосвязь различных видов искусств, где детально продуман иллюстративный ряд в сочетании со словом.

Очень важно, чтобы дошкольники не потеряли интерес к музыке, и для этого их надо увлечь различными рекламными роликами, которые являются частью информационных технологий. В них проявляется синтез видеоматериала, звуковых эффектов, музыкальных фрагментов, графики и текста. Из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что при использовании педагогом современных технологий в образовании, процесс

коммуникации в обучении станет более разнообразным и занимательным. Педагог должен быть организатором интересной музыкальной жизни для детей в образовательном учреждении. Материал уроков и занятий будет усваиваться более стремительно за просмотром видеофрагментов и мультимедийных презентаций. Важно привлечь внимание чем-нибудь привлекательным, и тогда у учащегося появится стремление к желанию научиться или овладеть каким-либо видом деятельности. Появится стремление к познанию какого - либо явления или объекта и направление мыслей и помыслов в нужное русло.

О необходимости формирования интереса к музыке говорили ряд исследователей среди которых Э. Б. Абдуллин, Д. Б. Кабалевский, Г. П. Сергеева, Т. С. Шмагина и др.

Возникают **противоречия** между:

- необходимостью развития интереса к музыкальному искусству у детей и малой разработанностью средств, успешно способствующих этому процессу;

- предрасположенностью учащихся к восприятию мультимедийных технологий и недостатком использования их для заинтересованности учащихся к музыкальному искусству.

Определенные противоречия позволили сформулировать **проблему исследования:** поиск путей расширения спектра методов, приемов и способов с привлечением мультимедийных систем.

Выделенная проблема позволила сформулировать **тему выпускной квалификационной работы:** «Рекламные ролики как средство развития интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития».

Целью выпускной квалификационной работы является разработать комплекс рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей.

Объектом исследования явился процесс музыкального образования детей в стартовой школе.

Предмет исследования – комплекс рекламных роликов, которые способствуют развитию интереса к музыкальному искусству.

Гипотеза выпускной квалификационной работы - развитие интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития будет успешнее, если:

-мультимедийные технологии будут представлены, как художественный продукт, отличающийся ценностью и выразительностью сюжета, созданный с помощью мультимедийных средств о музыкальных произведениях или творчеству определенного композитора, для побуждения интереса учащихся к данному художественному продукту.

Задачи:

1. Изучить понятие «интерес» в психолого-педагогической литературе.
2. Дать характеристику мультимедийным технологиям и рекламному ролику.
3. Определить условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития.
4. Провести диагностику развития интереса к музыкальному искусству.
5. Проверить результативность разработанного комплекса роликов в развитии интереса в ходе опытно-поисковой работы.

Теоретико-методологическую основу выпускной квалификационной работы составили: идеи о проявлении интереса в процессе воспитания и обучения (Л. С. Выготский, С. Л. Рубинштейн); методические аспекты формирования познавательного интереса (Н. Г. Морозова, Г. И. Щукина); идеи о формируемости интереса ребенка к музыкальной деятельности (Э. Б. Абдуллин, Ю. Б. Алиев, Д. Б. Кабалевский, А. Н. Сохор, Г. П. Сергеева); концепции о полихудожественном воспитании детей (Б. П. Юсов); идеи о разнообразии музыкального воспитания дошкольников (Н. А. Ветлугина, О. П. Радынова).

Методы исследования: Теоретические методы (анализ и обобщение психолого-педагогической литературы), эмпирические методы (опытно-поисковая работа).

Внедрение результатов исследования проводилось в МАОУ СОШ № 32 с углубленным изучением отдельных предметов города Екатеринбурга, в стартовой школе развития детей, на занятиях по элементарному музицированию.

Структура выпускной квалификационной работы: ВКР состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

В первой главе ВКР «Теоретические предпосылки развития интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития средствами рекламных роликов» рассматривается понятие «интерес», как психолого-педагогическое понятие; рассматривается рекламный ролик в музыкальном образовании детей и раскрываются условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития.

Во второй главе ВКР «Практика развития интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития путем презентации рекламных роликов» производится диагностика развития интереса к музыкальному искусству; выявляется комплекс методов использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей; дается характеристика итоговой диагностики развития интереса к музыкальному искусству у детей, которая демонстрирует влияния рекламных роликов на развитие интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития.

ГЛАВА 1. РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К МУЗЫКАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ У ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ РАЗВИТИЯ

В первой главе рассмотрено понятие “интерес”, как психолого-педагогическое понятие, разными авторами; охарактеризован рекламный ролик в музыкальном образовании; рассмотрены условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития.

1.1. Интерес, как психолого-педагогическое понятие

Понятие «интерес» рассмотрено различными авторами и имеет большое количество трактовок в разных науках, таких как: философия, психология, педагогика, социология. Интерес представляет собой глубокое, значимое для личности определение. Существует множество разнообразных позиций в определении понятия «интерес».

В Российской педагогической энциклопедии, под редакцией В. Г. Панова, понятие «интерес» трактуется, как стремление к познанию объекта или явления, к овладению тем или иным видом деятельности [27, с. 373]. Интерес выступает одним из существенных видов приобретения основательных знаний, в расширении кругозора и служит опорой творческого отношения к деятельности. Опираясь на понятие из толкового словаря С. И. Ожегова: Интерес – внимание, возбуждаемое чем-нибудь значительным, привлекательным [24, с. 135].

В педагогическом энциклопедическом словаре, где главным редактором является Б. М. Бим - Бад, понятие «интерес» понимается, как форма проявления познавательной потребности, обеспечивающая направленность личности на осознание целей деятельности и тем самым способствующая ориентировке, ознакомлению с новыми фактами, более полному и глубокому отражению действительности [5, с. 108]. В

современном словаре по педагогике, автор которого Е. С. Рапацевич, понятие «интерес» понимается, как одна из форм направленности личности [30, с. 284]. Интерес заключается в сосредоточенности мыслей, снятия и помыслов на определенном предмете. Проявление интереса – активное направление на какое-либо явление, или на какой-либо предмет, связанный с эмоционально окрашенным отношением к предмету, объекту, или к какой-либо деятельности [30]. В педагогическом словаре, Г. М. Коджаспировой, интерес трактуется, как форма проявления познавательной потребности, обеспечивающая направленность личности на сознание целей деятельности [16, с. 50]. Деятельность, которая способствует ориентировке, ознакомленной с новыми фактами и более углубленному отражению действительности.

В психологии понятие «интерес» рассматривается разными учеными и психологами. С.Л. Рубинштейн пишет, что слово «интерес» многозначно [28]. Он рассматривает интерес, как понятие двустороннего характера. Психолог считает интерес, как некую тенденцию или направленность личности, которая заключается в сосредоточенности ее помыслов на определенном предмете [28, с. 525]. Направленная мысль – это и есть, помысел, который содержит в себе эмоциональную краску. Внимание, мысли и помыслы содержатся в интересе.

По мнению С. Л. Рубинштейна, интерес – это мотив, действующий в силу своей осознанной значимости и эмоциональной привлекательности [28, с. 526]. Понимая интерес как внутреннее влечение, которое направляет все наши внутренние силы к исследованию предмета, интерес создает постоянное направление в русле накопления и запоминания, и конечном счете является органом отбора в смысле выбора впечатлений и объединение их в единое целое [28, с. 175]. Есть различные интересы, к примеру: по содержанию, непосредственные и опосредованные интересы. Разные по содержанию интересы – это тяготение к совершенно разным вещам, не равноценным между собой. Если учащийся проявляет интерес к изучаемому предмету, руководствуясь притяжением к знаниям – это, непосредственный

интерес. А под опосредованным интересом, понимается способность проявлять интерес к каким-либо преимуществам, к общественным работам, к искусству.

По уровню оформленности, интересы различаются на уровни. К примеру, аморфный уровень, определяющий интерес ко всему, но в частности, ни к чему ярко не выражен. Существуют градации активного и пассивного интереса, где один из них, может перетечь в другой. Силу интереса можно определить в его устойчивости. Устойчивость может выражаться в длительности, в степени погружения в информацию, в углубление знаниями. Устойчивым интересом, в основном являются более общие интересы [28]. С.Л. Рубинштейн отмечает, что общие интересы, являются латентными интересами, которые легко актуализируются [28, с. 528]. Гибкость, подвижность и лабильность, хорошо сочетаются с устойчивостью общих интересов. Во время различной деятельности может сформироваться, и даже закрепиться интерес.

С. Л. Рубинштейн пишет, что интерес может вызвать у человека все новое, неожиданное, неизведанное, неразгаданное, проблематичное [28, с. 529]. Все зависит от мыслей, которые появятся от задач, которые стоят перед человеком. Перед ребенком важно ставить во внимание такую деятельность, которая будет давать материализованный результат, и вести к цели. При поступлении в школу, у детей могут появиться совершенно новые условия для развития и формирования интересов, к примеру, к отдельным предметам [28]. С.Л. Рубинштейн отмечает, что всякое обучение возможно только постольку оно опирается на собственный интерес ребенка. Другого обучения существовать не может [28, с. 157]. Устойчивость интереса в основе своей определяется не столько его силой, сколько его глубиной, т. е. степенью проникновения его в основное содержание и свойства личности [28, с. 696]. В широком смысле, существенным признаком интереса заключается в направлении на тот или иной предмет [28].

Л. С. Выготский считает, что интерес является верным выражением инстинктивного стремления и рассматривает интерес, как естественный двигатель детского поведения [9, с. 84]. Психолог считает, что основной формой проявления инстинкта в детском возрасте является интерес [9, с. 84]. Таким образом, проявляется направленность психического аппарата ребенка на тот или другой предмет. В процессе деятельности, развитие и определение глубины интереса нуждается в насыщенности, в постепенном нарастании интереса опираясь на биологический возраст ребенка. Призывая учащегося к какой-либо деятельности, нужно определить готов ли он к действиям, и направляя его на деятельность педагогу важно руководить, направлять, заинтересовывать. Л. С. Выготский отмечает, что того, что слушает с интересом заметить легко: он задерживает дыхание, направляет уши в сторону говорящего, не сводит с него глаз, оставляет другую работу и движение и, как говорят, «весь превращается в слух» [9, с. 84].

Важным является тот факт, что всегда нужно соблюдать правило психологического перехода от естественных интересов ребенка, к прививаемым интересам. Л. С. Выготский опираясь на психологическую точку зрения, пишет, что правильно различать новые интересы, воспитание которых представляет самоцель, длительное укрепление которых приводит к тому, что они укореняются и остаются на всю жизнь, и интересы, воспитываемые лишь как средство [9, с. 86]. Для возбуждения интереса к какому-либо действию или явлению, данное действие должно быть связано с чем-то уже знакомым, и интересующем учащегося. Также обязательно, оно должно заключать в себе что-то новое, для результата. По словам Л. С. Выготского, перед тем, как сообщить ребенку новое знание или вкоренить ему новую реакцию, надо позаботиться о том, чтобы подготовить почву для них, т. е. возбудить соответствующий интерес [9, с. 88]. Основной формой проявления инстинкта, является интерес, который имеет универсальное значение в детской жизни [9, с. 84].

Л. С. Выготский считает, что развитие детских интересов находится в тесной связи с общим биологическим ростом ребенка [9, с. 88]. Л. С. Выготский понимает интерес, как внутреннее влечение, направляющее все силы к исследованию предмета [9, с. 137]. Человек, побуждаемый интересом, может запомнить множество различных фактов, дат, иллюстраций, названий. Л. С. Выготский пишет, что интерес создает постоянное направление в русле накопления запоминания и, в конечном счете, является органом отбора в смысле выбора впечатлений и объединений их в одно целое [9, с. 138].

У Г. И. Щукиной, интерес – это единство выражения, проявления внутренней сущности субъекта и отражения объективного мира, совокупности материальных и духовных ценностей человеческой культуры в сознании субъекта [38, с.7].

Интерес отображает отношение личности, которые проявляются в реальных условиях жизни. По словам Г.И. Щукиной, истоки интереса лежат в общественной жизни. Вне связи с общественной средой, вне деятельности интерес человека не может развиваться [38, с. 7]. Исходя из этого, можно сказать, что проследить тенденции развития интереса невозможно без условий его становления.

По мнению С.Л. Рубинштейна, формированием интереса, является не замкнутый в себе автономный процесс [28, с. 530]. Интересы зависят от окружения, от семейных ценностей, от воспитания, от того где обучается человек, от коллектива. Интересы не даны от рождения, они уже присущие человеку свойства. Г.И. Щукина пишет, что интересы – результат формирования личности [38, с. 8].

Интерес всегда имеет предметную направленность. Для каждой личности, в интересе отображается то, что связано с индивидуальным опытом и развитием [38, с. 8]. Интерес выражается в эмоциональном отношении, к каким-либо предметам или явлениям.

В обучении фигурирует особый вид интереса, как интерес к познанию, его называют «познавательный интерес». Он является важной областью

общего понятия «интерес». Г. И. Щукина рассматривает проблему познавательного интереса в педагогике. Познавательный интерес направлен на познание, овладение знаниями, который обращен к содержанию предметной области, и к процессу добывания знаний, к познавательной деятельности, в которой происходит оперирование уже приобретенными способами учения, овладения новыми и их совершенствование [38, с. 10].

В познавательном интересе присутствует ряд важнейших психических процессов. В интеллектуальной деятельности, проявляется: активный поиск, догадка, исследовательский подход, готовность к решению задач [38, с. 12]. Под влиянием познавательного интереса можно заметить следующие эмоциональные проявления: эмоции удивления, чувство интеллектуальной радости, чувства ожидания нового, чувство успеха [38, с. 12]. Еще одним проявлением, особо важным для познавательного интереса являются волевые проявления: инициатива поиска, выдвижения и постановки задач на пути создания, самостоятельность добывания знаний [38, с. 13]. Из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что, волевые и эмоциональные проявления, а также интеллектуальная деятельность взаимосвязаны и являются одним единым целым. Познавательный интерес, можно расценивать, как мотив к учебной деятельности[37].

По мнению Г. И. Щукиной, познавательный интерес является важнейшим образованием личности, которое складывается в процессе жизнедеятельности человека, формируется в социальных условиях его существования и никоим образом не является имманентно присущим человеку от рождения [38, с. 14]. Интерес в обучении представляет собой важный и благоприятный фактор его построения. Активность порождает и углубляет познавательный интерес.

В процессе обучения, ребенок проходит познавательный интерес в различном состоянии. Г. И. Щукина выделила несколько стадий формирования познавательного интереса, такие как: любопытство, любознательность, познавательный интерес, устойчивый познавательный

интерес [38]. Ребенок на стадии любопытства еще не погружен в процесс проявления интереса. Эта стадия довольствуется лишь ориентировкой и не обнаруживает подлинного стремления к познанию. Познавательный интерес, представляет собою условия волю, интеллект и чувства личности [38].

По словам В. А. Сластенина, успешность учения во многом зависит от сформированного познавательного интереса и отношения к учебной деятельности в целом, т.е. от результатов не только преподавания, но и воспитательной работы [29, с. 32]. Важным моментом являются умения сосредоточиться на главном, умения проявить творческое решение.

По мнению Н.Г. Морозовой, интерес можно описать, как активно-познавательное и эмоционально-познавательное отношение человека к миру [22, с. 44]. В книге «Учителю о познавательном интересе», Н.Г. Морозова выделяет три обязательными моментами.

- положительной эмоцией по отношению к деятельности;
- наличием познавательной стороны этой эмоции;
- наличием непосредственного мотива, идущего от самой деятельности,

т.е. деятельность сама по себе привлекает и побуждает ею заниматься [22, с. 5]. Любопытство связано и с положительными эмоциями, и с непосредственным мотивом, где нет познавательного момента [22, с. 7]. На этапе раннего и дошкольного детства возраста, любознательность необходима и, достаточна для широкого ознакомления с окружающим миром [22, с. 7].

В самом начале воспитания интереса важна привлекательность занятий деятельностью. Опираясь на слова Н.Г. Морозовой, занимательность – предшественница интереса. Занимательность может на некоторое время привлечь внимание детей к занятиям, открыть их сердца учению [22, с. 13]. Под занимательностью подразумеваются яркие, красочные наглядные пособия, дидактические игры, которые смогут пополнить багаж знаний [22, с. 13]. Н. Г. Морозова говорит, что познавательный интерес формируется в деятельности [22, с. 22]. А. А. Люблинская в своих трудах, рассматривает

«Интерес», как познавательное отношение человека к окружающему, к какой-то его стороне, к определенной области, в которую человек хочет проникнуть глубже [19, с. 385]. При исследовании познавательного интереса, можно заметить связь с познавательными потребностями. Имеется тончайшая взаимосвязь интересов и потребностей, но она не дает права проводить знак равенства между ними [38, с. 16]. Б. М. Теплов пишет, что потребности являются исходными, но не единственными и не основными мотивами человеческой деятельности [35]. Потребности первичны, и, естественно, интересы развиваются на основе действенных стремлений личности. На основе взглядов, на основе чувств, как нужда восполнения какого-то недостатка [38, с. 17].

Развитие познавательного интереса связано и с задачами музыкальной педагогики. К вопросу о важности развития у учащихся интереса к музыке всегда актуален: интерес к искусству возникает через восприятие эстетически идеальных образов, которые призваны вдохновлять людей на изменение и развитие самих себя. Одним из компонентов этого развития является творчество. По словам, Л. С. Выготского, искусство первоначально возникает как сильнейшее орудие в борьбе за существование, и нельзя, конечно, допустить и мысли, чтоб его роль сводилась только к коммуникации чувства, и чтобы оно не заключало в себе никакой власти над этим чувством [10, с. 312].

Интерес рассматривался не только педагогами и психологами, но и педагогами в сфере музыкального образования. Для становления гармоничной личности ребенка, формирование интереса – является важным стимулом. Выделяя проблему формирования интереса к урокам и занятиям в музыкальном образовании нельзя не заметить, что некоторые аспекты этой категории выдвигались на первый план многими выдающимися педагогами [32]. Основоположник важнейших направлений педагогики искусства XX века, Д. Б. Кабалевский в своей книге «Как рассказать детям о музыке?», пишет, что главная задача всеобщего воспитания музыкальной и духовной

культуры – заинтересовать детей музыкой, привить вкус к хорошей музыке, любовь к ней [14, с. 25]. В педагогике музыкального образования, определение интереса принято связывать с потребностью.

Д. Б. Кабалевский говорил: «Важнейшая задача эстетического воспитания в школе - развитие у учащихся творческого начала, в чем бы оно не проявлялось - в математике или в музыке, в физике или в спорте. Там, где появляется творческая инициатива, всегда достигается экономия сил и времени и одновременно повышается результативность» [15, с. 76]. По словам А. Н. Сохора, интерес - осознанная потребность [31]. Он считает, что интересы общественной пользы и художественные интересы, вытекают из внутренних требований искусства.

Э. Б. Абдуллин пишет, что природная музыкальность ребенка, его предрасположенность к общению с музыкой по мере приобретения музыкальных знаний, умений, обогащения его интонационно-слухового опыта перерастает в устойчивый, осознанный интерес к ней [1].

Е. Д. Критская, Г. П. Сергеева и Т. С. Шмагина, среди задач музыкального образования называют воспитание интереса и любви к музыкальному искусству, художественного вкуса, чувства музыки как основы музыкальной грамотности [18, с. 3].

По словам Ю. Б. Алиева, интерес занятия музыки – это не развлекательные занятия. Это не сухое выдалбливание песенного материала, музыкальных инструментов или дат жизни композиторов. Это те занятия, которые вызывают разнообразную гамму чувств, размышлений, эстетических переживаний, заставляют что-то прочувствовать, пережить, освоить [2, с. 153]. Во всех случаях, большое значение для успеха творческой деятельности имеет и микросреда [31]. Ю. Б. Алиев в задачах музыкального образования называет: воспитание интереса к музыке, развитие эмоциональной сферы, становление социально-художественного опыта и приобщение к «золотому» музыкальному фонду [2, с. 45].

Д. Б. Кабалевский сказал: «Интерес к музыке, увлеченность музыкой, любовь к ней – обязательное условие для того, чтобы она широко раскрыла и подарила детям свою красоту, для того, чтобы она могла выполнить свою воспитательную и познавательную роль» [15, с. 12]. Интерес проявляет себя при возникновении потребностей, которые мотивируют личность. Знания будут усваиваться более основательно, если будет проявлен интерес, при отсутствии интереса, информации усваивается менее эффективно. К. А. Кочулина пишет следующее: интерес к музыке, к процессу музыкального самообразования, развития своих музыкальных способностей возникает у школьников не только от увлекательных занятий и интересных рассказов учителя. Прежде всего, это результат обоюдной успешной музыкальной, художественной деятельности ученика и учителя [17]. Интерес к урокам и занятиям, на прямую зависит от любви к музыке. Интерес проявляется в желании узнать больше, в стремлении к самостоятельному исканию нового, в сосредоточенности внимания. По мнению Н. Е. Судаковой, пробуждению интереса к музыке способствует всё то, что расширяет кругозор ученика в области искусства[32]. Осознанное положительное отношение к музыке на базе новых знаний и умений, положенных непосредственно в музыкальной деятельности при непосредственном участии компетентного педагога пробуждению интереса к музыке способствует всё то, что расширяет кругозор в области искусства, и является музыкальным интересом.

Таким образом, опираясь на позиции педагогов, ученых, психологов, интересы отображают отношение личности, а истоки интереса лежат в окружающем мире, в общественной жизни. Некоторые люди легко увлекаются и быстро затихают, у многих интерес к определенной деятельности длится продолжительно по времени. На протяжении всей жизни интересы человека могут меняться. Это зависит от окружающей среды, от коллектива, от профессии, от статуса в обществе, от семейных ценностей. На базе потребностей, зарождается познавательный интерес, как мотив действий. Зарождаются положительные эмоции и познавательная

сторона этих эмоций, а также привлекательность самой деятельности и пробуждение интереса заниматься деятельностью.

1.2. Рекламный ролик в музыкальном образовании

В XXI веке, образование сложно представить без информационных технологий. Компьютер и цифровые музыкальные инструменты - многофункциональные средства. И. В. Трайнев пишет, что информационные технологии – это система методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения, представления и использования информации на основе применения современных компьютерных и других технических средств [36, с. 8]. Современных детей, можно назвать поколением, выросшим на рекламе. Рекламе свойственна образность, яркость, емкость, и рекламные ролики могут быть предельно содержательными, если будут длиться от 1 минуты. Компьютерные технологии все чаще имеют место быть в музыкальном творчестве, а так же в музыкальном образовании. Музыкальное образование объединяет в себе музыкальное воспитание, музыкальное обучение и музыкальное развитие.

Применяя на занятиях компьютерные технологии, будет развиваться музыкальный вкус, улучшаться память и музыкальное мышление. Для усиления наглядности, для улучшения качества обучения, для более доступного нового материала и закрепления пройденного будет произведен показ информации на интерактивной доске, рекламные ролики, мультимедийные презентации. Благодаря новинкам разнообразных компьютерных программ, учитель имеет безграничные возможности донести до дошкольников краски музыкальных произведений, живопись, речевые отрывки, различные шумы в цифровой обработке. А так же найти нужное звучание по динамике, тембру, высоте звука. Может быть осуществлен как видео показ роликов, так и воспроизведение фонограммы, как аккомпанемент к различным видам деятельности. Учитель может включить

данный продукт на занятиях, уроках музыки, а так же на внеклассных мероприятиях, на организации праздниках.

А. Ю. Гончарук пишет: «Музыка бывает разной: одна пробирает до дрожи, другая заставляет пуститься в пляс и забыть обо всем на свете. Все зависит от инструмента и ритма исполнения» [12, с. 44]. Яркие картины, запоминающаяся музыка, необычные звуки - это те факторы, которые будут пробуждать интерес к музыкальному искусству дошкольников. Для раскрытия интереса к музыкальному искусству у детей в школе развития, необходимо создавать атмосферу, в которой будут присутствовать разные виды деятельности, такие как: восприятие музыки, пение, беседы и дискуссии, музыкально – ритмические движения, а так же использование информационных технологий. Они открывают новые возможности в организации учебного процесса, и, в такой же степени, в развитии творческих способностей дошкольников.

В опоре на компьютерные программы создаются рекламные ролики, которые будут представлены, как художественный продукт, с наличием сюжета. Выразительные, целостные ролики будут вызывать интерес к музыкальным произведениям и творчеству определенных композиторов. Через демонстрацию художественных продуктов, дошкольники будут наглядно получать новый материал, сборник роликов рекламы отдельных произведений, жизненного и творческого пути композитора.

Б. В. Асафьев в своих работах, писал следующее: «Музыка – искусство слуховых впечатлений» [4, с. 49]. Ведь слушая музыку, происходит обогащение жизненного опыта, пополнения знаний через слух. По словам А.Н. Меньшиковой, музыка наиболее сильно воздействует на человеческие чувства и эмоции. Синтезировавшись с таким мощным средством пропаганды, как реклама, музыка может многократно его усилить. Таким образом, рекламное сообщение приобретает огромную силу влияния на аудиторию [21, с. 81]. При просмотре рекламных роликов повышается степень эмоциональной увлеченности, происходит осмысление

музыкального материала. А. С. Выготский отмечал, что ни одна форма поведения не является столь крепкой, как связанная с эмоцией. Психолог описывал эмоциональные реакции, которые оказывают существенное влияние на все решительные формы поведения, а также на все моменты воспитательного процесса [9, с. 118]. Поэтому эмоциональный компонент так важен в музыкальном образовании. По словам А. Н. Меньшиковой: урок - это акт коммуникации. Развитие форм, способов и средств успешной коммуникации является важнейшим аспектом культурной деятельности человека. Развивая эту деятельность, человек приобрел широкие возможности передачи информации [21, с. 35]. Итак, из таких средств выделяется реклама.

В книге «Формирование бренда средствами PR и рекламы» В. Л. Музыкант дает следующее назначение рекламы: реклама включает в себя целый комплекс средств, приемов, направленных на достижение конечной цели [23, с. 580].

Реклама в целом – феномен последних веков [13, с. 11]. Современная реклама является интегрирующей системой в жизни человека. Рекламные технологии оказывают сегодня значительное воздействие на культуру как отдельных народов, так и всего человечества в целом. Помимо информации о различных предметах быта, рекламные сообщения извещают о том, где и чему обучаться, что нужно прочитать, посмотреть, услышать, к чему стоит стремиться. И все это для того, чтобы человек стремился к саморазвитию, был более успешным, счастливым, конкурентоспособным и независимым. Очень важна идея - мысль, получившая концептуальное название [16, с. 46]. Рекламная идея – основная мысль, внушаемая целевой аудитории, содержание рекламного общения [23, с. 581].

Реклама влияет на различные возрастные категории по-разному. По словам, Г. М. Андреевой, в массовой коммуникации, весьма своеобразной является аудитория [3, с. 329]. Наиболее подвержены рекламному воздействию дети. Они проявляют внимание яркими рекламными образами,

игровыми сценами, мультипликациями, и обстановкой, в которой происходит волшебство. Попадая в эту сказку, испытывая на себе воздействие рекламных образов, ребенок чувствует себя комфортно, потому что здесь все понятно и в то же время чрезвычайно увлекательно, а главное - обязательно будет только хороший конец. Возможно, это связано с тем, что дошкольники обращают внимание на комбинированные рекламные ролики, которые они могут увидеть по телевидению, или в интернете, не привлекая во внимание печатную и текстовую рекламу. Рекламный материал – демонстрационный материал. Ролик – рекламное обращение, которое создано при помощи мультимедийных технологий [24, с. 583].

В словаре С. И Ожегова понятие мультимедиа, трактуется следующим образом: мультимедиа – это современные цифровые технологии, дающие возможность совмещать достижения аудиовизуальной техники, такие как тексты, звуки, видеоизображения, графика, и обеспечивающие интерактивное взаимодействие пользователя с компьютером [24, с. 559]. Мультимедийные ресурсы должны соответствовать возрастным и индивидуальным особенностям учащихся, демонстрация материала должна соответствовать содержанию, в процессе показа мультимедиа необходимо продумать все детали. Н. А. Меньшикова отмечает, что мультимедийная реклама – это художественный продукт, отличающийся целостностью, выразительностью, наличием сюжета и драматургии, созданный учителем в процессе творчества с помощью мультимедийных средств для стимулирования интереса школьников к музыкальному произведению или творчеству композитора [21, с. 49].

Мультимедийные технологии вносят в процесс обучения новизну, обогащают их, позволяют сделать процесс обучения более познавательным, увлекательным и эффективным. Первым важным условием для реализации использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству является то, что при выборе материала необходимо учитывать возрастные особенности и уже имеющийся багаж знаний у обучающихся.

Вторым условием развития интереса, средствами рекламных роликов является то, предложенный материал должен носить яркий художественный образ. Третьим условием для реализации использования рекламных роликов, чтобы развивать интерес к музыкальному искусству нужно завлечь учащихся, модернизируя урок, как урок-игру или урок-концерт. Ведь каждый ребенок чувствует музыку по-своему [1, с. 23].

О П. Радынова в своих исследованиях утверждает, что отсутствие полноценных впечатлений в детстве с трудом восполнимо впоследствии. Важно, чтобы уже в раннем детстве рядом с ребенком оказался взрослый, который раскрыл бы перед ним красоту музыки, и дал возможность ее прочувствовать [25, с. 3]. Важный этап - накопление музыкальных впечатлений, обогащение тезауруса старших дошкольников. Опираясь на жизненный опыт, на опыт восприятия музыки, пополняя словарь эстетических эмоций нужно углублять знания дошкольников. В рекламных роликах показаны тембры инструментов, творческие пути композиторов, сочетания различных видов искусств, музыкальные произведения, и все это с применением мультимедийных технологий. Важно соблюдать рекламный образ: художественную форму действительности, которая раскрывается через что-то конкретное и индивидуальное [23]. В разработке комплекса рекламных роликов понадобились следующие компьютерные программы: PowerPoint, аудиоредактор Soundforge, AdobePhotoshop, видеоредактор Movavi.

Программа PowerPoint имеет множество преимуществ. С помощью программы PowerPoint, можно создать презентацию, наложить звуки, сделать правильную последовательность слайдов из иллюстраций: слайд-шоу. С помощью программы PowerPoint, можно создать презентацию, наложить звуки, сделать правильную последовательность слайдов из иллюстраций: слайд-шоу, включить в слайды текстовые объекты, такие как Word Art.

Программа аудиоредакторSoundforge очень помогает при создании видеороликов. В данной программе можно редактировать все музыкальные

фрагменты. В аудиоредакторе SoundForge присутствуют разнообразные обработки и эффекты, при помощи которых возможно менять звучание аудиофайлов. Можно отрегулировать длительность аудио, изъять объект. Звуковые дорожки возможно соединять и склеивать, а так же накладывать друг на друга.

Программа AdobePhotoshop может реализовать творческие идеи, при работе с иллюстрациями и изображениями, а также редактировать изображения. Широкий диапазон возможностей данных программ: от корректировки мельчайшей детали в изображении, до создания нового изображения с элементами изначального [21, с. 30].

ВидеоредакторMovavi – видеоредактор, в котором есть возможность ставить свои звуковые дорожки. В данном видеоредакторе различные спецэффекты, переходы, титры, фильтры.

Мультимедийные технологии обладают рядом больших преимуществ, по сравнению с формами традиционного образования и воспитания учащихся. Показ информации на экране вызывает у учащихся интерес к деятельности, интерес к искусству. Вторым преимуществом является восприятия детьми движения, звука и мультимедийных видеороликов. Третьим преимуществом является то, что мультимедийные технологии несут в себе образный тип информации на экране, который понятный учащимся стартовой школы, т. е. учащимся старшего дошкольного возраста.

При создании рекламного ролика важен сюжет. Сюжет – основная линия, содержание художественного произведения, рекламного ролика; видеоматериал [23, с. 590]. Также важен контраст, который усиливает привлекательность, гармоничные пропорции, целостность и сбалансированность [23]. Важно обращать внимание на композицию текстовых рекламных сообщений [23, с. 245].

Поколение, выросшее в эпоху телевидения, компьютеров, мобильных средств передач информации важно заинтересовать этими средствами. В целях оптимизации учебного процесса, учителю необходимо владеть

компьютерными технологиями, и использовать мультимедийные технологии на уроках и занятиях.

1.3 Условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития

Дошкольные образовательные учреждения, такие как: детский сад, детский развивающий центр, прогимназия, школа развития, помогают семье в воспитании детей до шести-семи лет. По словам В. А. Сластенина: Дошкольные образовательные учреждения создаются для охраны физиологического и психического здоровья, развития индивидуальных способностей и необходимой коррекции недостатков развития [29, с. 134]. В школе развития, ребенок получает опыт широкого эмоционального и практического взаимодействия со взрослыми и сверстниками в наиболее значимых для его развития сферах жизни. Познавательный интерес к музыкальному искусству в обучении должен быть связан с чувством удовольствия и задорности, которые доставляют человеку творческие занятия.

В школе, возможность применяемая мультимедийной рекламы на уроках или занятиях музыки будет реализована при наличии реальных условий: техническое оборудование – компьютер, оснащенный мультимедийным программным обеспечением, проектор, интерактивная доска; сформированность у учителя музыки, который методически подготовлен, и проявляет умения создания мультимедийной рекламы. Умение создания мультимедийной рекламы, выступает, как сложное умение, включающее умение проектировать концепцию рекламы и умению воплотить концепцию с помощью компьютерных программ [21].

Также ролики должны быть доступны возрастным особенностям детей, и ролики, должны быть художественно созданные, отличающиеся целостностью, выразительностью, наличием сюжета. Рекламный ролик

получается ярким, динамичным и насыщенным. Учащиеся стараются следить за каждым кадром, боясь пропустить интересный момент. Такой рекламный ролик захватывает внимание и заинтересовывает учащихся. Разнообразные и быстро сменяющиеся кадры подбираются с учётом максимальной возможности проиллюстрировать идею ролика.

По словам Ю. Б. Алиева: «Интерес и радость познания необходимы, чтобы дети были счастливы» [2, с. 101]. Дети, которые проявляют интерес и стремятся получать новую информацию, более обучаемы. Они тянутся к знаниям, и занимаются более настойчиво, активно и энергично. Каждый человек рисует себе свои критерии «счастья», а педагог может помочь дошкольникам почувствовать удовлетворение через интерес к восприятию музыкального искусства. Очень важно поддерживать интерес дошкольников, который приведет к внутреннему счастью. Учитель закладывает «фундамент» на первоначальной стадии развития детей. При получении удовольствия от своей деятельности, дошкольники проявляют в большей степени интерес, нежели если бы им было скучно. От увиденного и услышанного на уроке, от своих ответов и размышлений они получают удовлетворение и чувствуют себя успешнее. Получив яркие впечатления в раннем и дошкольном возрасте будут постепенно приобщаться к музыкальному искусству. Вследствие этого, важно продолжать заинтересовывать детей, чтобы они дальше развивались и проявляли заинтересованность. По словам доктора педагогических наук, заслуженного деятеля науки РФ, В. А. Сластенина: Обучение есть не что иное, как специфический процесс знания, управляемый педагогом [29, с. 147]. В процессе получения знаний, дошкольникам поможет учитель, направит и поддержит вместе с родителями и другими опекунами ребенка. Похвалив его даже за самый маленький успех, дошкольник почувствует радость и продолжит познавать новые учебные материалы. По словам Д. Б. Кабалева, если педагог хочет, чтобы учащиеся были более активными, то педагог сам должен проявлять активность; если педагог хочет, чтобы они

проявляли интерес к музыке, то педагогу необходимо ощущать этот интерес в самом себе [15, с. 69].

В школе развития осуществляется подготовка к школе, где учитель проводит развивающие занятия, на которых присутствуют различные виды деятельности, такие как: пение, игра на детских музыкальных инструментах, слушание музыкальных произведений, рисование, лепка, аппликация, показ видеоряда при помощи мультимедийных технологий, музыкально-ритмические движения. По словам Ю. Б. Алиева, с помощью движений детям легче «войти в образ», почувствовать музыку «всем телом», глубже проникнуться ее настроением [2, с. 27].

Дошкольники не испытывают потребности в слушании классической музыки, не проявляют интерес к академическому творчеству. По мнению Н. А. Ветлугиной, в основе музыкальной системы лежит музыкальный звук, со следующими составляющими: высотой, тембром, силой [7, с. 183].

С помощью новейших технологий, можно заинтересовать учащихся слушать музыку. Дошкольники и младшие школьники будут проявлять интерес к рекламным роликам, в которой будет больше ярких образов, чем печатных текстов. Рекламные ролики будут влиять на интерес дошкольников к творчеству композиторов и создавать музыкальный вкус к произведениям. Музыка особенно сильно воздействует на чувства и эмоции [20, с. 81]. У каждого вида искусства - свой язык, свои выразительные средства для того, чтобы передать разнообразные жизненные явления, запечатлев их в ярких художественных образах [33]. Гармоничное сочетание компонентов музыкального интереса будет создавать атмосферу эмоциональной увлеченности музыкой, побуждать к творческой деятельности, вызывать эмоциональную отзывчивость. Эмоциональная отзывчивость напрямую связана с восприятием музыкального произведения, в процессе которого субъект сочувствует, сопереживает его содержанию и тем субъектом, эмоции которых выражены в музыке [34, с. 20]. Музыкальный интерес будет

являться силой духовного развития личности, раскрывать для дошкольников тайны музыкального искусства.

На сегодняшний день мультимедийные технологии являются неотъемлемой частью процесса введения в перспективе направления модернизации учебного процесса. Информационно-коммуникативные технологии уже на совесть вступили в такие сферы жизни человека, как наука, культура, образование. В рекламном ролике важно определить объект рекламирования, т.е. композитора, или определенное музыкальное произведение, подобрать музыкальный материал в соответствии возрастным особенностям. Создать сюжетную линию, включить текстовую строку, изобразительный ряд, музыкальные произведения, различные голоса и шумы, средства музыкальной и художественной выразительности. Нужно включить эффекты, анимации. Должны быть использованы разнообразные средства выразительности, такие как: яркий и выразительный образ, построение композиций, колористика, свет и тени, размеры и объемы изображений, музыка, шумы и звук. А также, различные контрасты, такие как: тембровые, интонационные, цветовые и световые [21].

Для повышения уровня восприятия, важно создать такие условия, чтобы учащийся собрал внимание на предмете, удержал в памяти. Можно отметить, что просматривая рекламный ролик, где будет звучать классическая музыка, ребенок способен запомнить и в дальнейшем узнать музыкальный материал, различить его основную тему и характер. При размещении элементов в рекламном ролике важно найти оригинальность, использовать нужные цвета, найти контраст в тексте и акцентировать внимание на возможности прочесть этот текст. Важно достигнуть сбалансированность гармоничной компоновкой элементов, при которой их распределение внутри объявления приятно для глаза [23, с. 81].

Следует использовать вербальную коммуникацию, которая делится на два следующих принципа: лексический и синтаксический. При помощи речи

происходит взаимопонимание между коммуникатором (говорящим), и реципиентом (слушателем), т. е. между учителем и учеником [3].

Очень важно, чтобы беседы о композиторах, об эпохе их творчества, просмотры мультимедийных роликов и прослушивания произведений, оставляли отпечаток в творчестве у дошкольников. Различение учащимися оттенков одного настроения помогает глубже, тоньше различать характер музыки, внимательно вслушиваться в ее звучание [26, с. 11].

Выводы по первой главе

Теоретический анализ литературных и электронных источников, используемых в первой главе, позволил сделать следующие выводы: проблема интереса рассматривалась достаточно широко. Понятие «интерес» имеет множество разнообразных позиций, различных трактовок. «Интерес» представляет собой и форму проявления познавательной потребности, и глубокое, значимое для личности определение. Интерес – это мотив, действующий в силу своей осознанной значимости и эмоциональной привлекательности. Интерес можно рассматривать, как внутреннее влечение, которое направляет все внутренние силы к исследованию предмета и создает постоянное направление в русле накопления и запоминания, и конечном счете является органом отбора в смысле выбора впечатлений и объединение их в единое целое. Музыкальный интерес - осознанное положительное отношение к музыке на базе новых знаний и умений, положенных непосредственно в музыкальной деятельности при непосредственном участии компетентного педагога пробуждению интереса к музыке способствует всё то, что расширяет кругозор в области искусства.

Педагог для развития интереса у учащихся должен использовать словесные и наглядные методы, такие как, беседа, рассказ и воспроизведение музыкальных произведений, подкрепленное показом видеоряда. Заинтересовать учащихся информацией, можно с помощью мобильных средств, современных технологий, использовать рекламные ролики в музыкальном образовании. В XXI веке, образование сложно представить без современных технологий. Новейшие мультимедийные технологии вносят в процесс обучения новизну, обогащают их, позволяют сделать процесс обучения более познавательным, увлекательным, интересным и эффективным.

Для формирования интереса к музыкальному искусству, используются рекламные ролики. Ролик – рекламное обращение, которое создано при помощи мультимедийных технологий.

В школе, для реализации развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика, нужно иметь следующие условия:

- техническое оборудование, которое включает в себя компьютер, колонки, проектор, интерактивную доску;
- учитель методически подготовлен к созданию и воспроизведению рекламных роликов;
- ролики, доступные возрастным особенностям детей;
- ролики художественно созданные, с яркими деталями, которые заинтересуют детей;
- методические рекомендации по созданию рекламных роликов.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ ИНТЕРЕСА К МУЗЫКАЛЬНОМУ ИСКУССТВУ У ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ РАЗВИТИЯ ПУТЕМ ПРЕЗЕНТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ

Во второй главе охарактеризована диагностика развития интереса к музыкальному искусству; рассмотрены методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей; проведена итоговая диагностика развития интереса к музыкальному искусству у детей.

2.1. Диагностика развития интереса к музыкальному искусству

В соответствии с целями и задачами данной работы была произведена опытно-поисковая работа. Цель опытно-поисковой работы: выявление уровня развития интереса к музыкальному искусству через показ рекламных роликов дошкольникам. Опытная-поисковая работа включала в себя констатирующий, формирующий и итоговый этапы. Констатирующий этап опытно-поисковой работы проводился начиная с середины октября 2017 года по конец апреля 2018 года в «МАОУ СОШ № 32 с углубленным изучением отдельных предметов» города Екатеринбург. В данной опытно-поисковой работе были задействованы 14 учащихся дошкольного возраста 6-7 лет, занимающихся в 4 группе стартовой школы.

Для диагностирования сформированности развития интереса к музыкальному искусству у учащихся в школе развития, опираясь на теоретическую часть данной работы, были разработаны следующие критерии:

- развитие эмоциональной отзывчивости на музыку;
- развитие музыкальной эрудиции у дошкольников.

К сформированности каждого из критериев соответствуют некие показатели. К критерию «развитие эмоциональной отзывчивости на музыку» соответствуют следующие два показателя:

1) двигательное воплощение эмоционального тона музыкального произведения;

2) вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения.

К критерию «развитие музыкальной эрудиции у дошкольников» соответствуют следующие два показателя:

1) знания о музыке, о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.

2) знания музыкальных произведений.

Умения, присущие в слушательской деятельности - это прежде всего вербализация характеристики прослушанного произведения, его образного содержания, средств музыкальной выразительности; умение охарактеризовать свое внутреннее состояние, свои чувства; умение воспринимать музыкальную интонацию, эмоционально откликаться на содержание услышанного произведения [1, с. 77]. Эмоциональная отзывчивость воспринимается, как внешнее проявление внутреннего мира дошкольника. Б. М. Теплов пишет, что в прямом и непосредственном смысле содержанием музыки являются, чувства, эмоции [35, с. 6]. Искусство, прежде всего музыка, обладает возможностью воздействовать на личность, проявлять эмоциональный отклик на различные музыкальные произведения. Музыка развивает эмоциональную отзывчивость и дошкольники открывают для себя мир музыкальных звуков и их отношений. Учащиеся уже осознанно различают красоту звучания музыкальных фрагментов, оценивают красоту средств выразительности произведений искусства, могут показать в движениях характер музыки. Это проявляется у дошкольников в стремлении заниматься творчеством. Ю. Б. Алиев считает, что движения должны быть простыми, легко выполнимыми без специальной тренировки [2, с. 27]. О сформированности музыкальной отзывчивости на музыку можно судить по таким показателям, как адекватное проявление двигательного воплощения, соответствующего эмоциональному тону музыкального произведения, и

вербальному определению эмоционального тона музыкального произведения. В исполнительской деятельности присуще умение, связанное с необходимостью воплощения данного произведения в собственном исполнении [1, с. 77]. Замеряя уровень развитости показателя двигательного воплощения эмоционального тона музыкального произведения, берется во внимание наличие у учащихся быстроты реакции движений на темп и динамику, качественность выполненных движений, активность и реакцию мимики. Замеряя уровень показателя вербализации эмоционального тона музыкального произведения, нужно заметить правильность определения характера музыкальных произведений, степень выраженности эмоционального отношения, подбор слов, выражающих настроение в музыке.

Постижение музыкального искусства, заинтересованность классической музыкой, тяга к прекрасному, подразумевает различные формы общения каждого ребенка с музыкой на уроке. В сферу деятельности учащихся входят: пение, слушание музыки, пластическое интонирование, музыкально - ритмические движения. Помимо этого, учащиеся проявляют творческое начало в размышлениях о музыке, о композиторах.

Критерии развития интереса к музыкальному искусству были выведены в соответствии со структурными компонентами проявления интереса к музыкальному искусству. Как уже отмечалось в первой главе теоретической части данной работы, интерес к музыкальному искусству возникает через восприятие эстетически идеальных образов, которые мобилизованы вдохновлять детей на изменение и развитие своего внутреннего мира.

Для оценки сформированности развития интереса к музыкальному искусству, были выделены три уровня: высокий, средний, низкий. Данные уровни оценивались по 3-х бальной шкале соответственно: высокий – 3 балла, средний – 2 балла, низкий – 1 балл.

Критерий оценивания сформированности определения **эмоциональной отзывчивости**: - двигательное воплощение эмоционального тона музыкального произведения; вербализация эмоционального тона.

Уровни развитости показателя «двигательного воплощения эмоционального тона музыкального произведения»:

- высокий уровень наблюдается, если у учащегося адекватное эмоциональному тону движение по темпу и по динамике;
- средний уровень наблюдается, если у учащегося адекватное эмоциональному тону движение по темпу, но динамического развития нет, учащийся становится пассивным и отвлекается;
- низкий уровень наблюдается, если учащийся откликается на музыку в соответствии с темпом музыкального материала, но сбивается. И начинает выполнять движения соответственно динамики музыкального произведения, но не может подхватить.

Уровни показателя «вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения».

- высокий уровень наблюдается, если учащийся верно в слове определяет настроение в музыке;
- средний уровень наблюдается, если учащийся весело определяет, а грустно – не достаточно воспринимает.
- низкий уровень наблюдается, если учащийся неверно в слове определяет настроение в музыке.

Критерий оценивания сформированности определения музыкальной эрудиции: дошкольники проявляют знания о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия; знания о музыке.

Уровни развитости показателя «знания о музыке: темп, ритм, мелодия»:

- высокий уровень наблюдается, если учащийся активно отвечает на вопросы о темпе, ритме и мелодии, адекватно музыкальному произведению;
- средний уровень наблюдается, если учащийся отвечает на вопросы о темпе и мелодии, а ритм определить не может и отвечает с небольшими неточностями;

- низкий уровень наблюдается, если учащийся может определить только темп (быстрый и медленный), а в распознавании мелодии и ритма наблюдаются значимые ошибки.

Показатель **«знания о музыкальных произведениях»**.

- высокий уровень наблюдается, если учащийся знает таких композиторов как, И. С. Бах, В. А. Моцарт, П. И. Чайковский;

- средний уровень наблюдается, если учащийся знает только двух композиторов;

- низкий уровень наблюдается, если учащийся знает только одного композитора.

В процессе констатирующего этапа опытно-поисковой работы, для выявления уровней развития интереса к музыкальному искусству, были использованы такие методы, как: творческие задания и методы восприятия музыки (анкеты, музыкальные загадки).

Методом замера первого критерия развитости **эмоциональной отзывчивости**, показателя двигательное воплощение эмоционального тона музыкального произведения – явился метод творческое задание.

Цель использования данного метода – выявить, насколько адекватно учащиеся раскроют в движении музыкальные произведения, соответственно эмоциональному тону.

Название задания № 1. « Передай настроение музыки в движении».

Программное содержание: Учить детей различать настроения музыки, изобразительность, проявлять эмоции. Музыкальный материал подобран в соответствии с возрастными особенностями детей, опираясь на разработки творческих бесед О. П. Радыновой [25, с. 23].

Музыкальный репертуар: П. И. Чайковский «Марш деревянных солдатиков».

Содержание задания № 1: Использовать двигательную импровизацию под музыку. Задачу, которую ставит педагог перед учащимся: выразительное исполнение произведений различного жанра и тематики. Подбор движений,

соответствующих музыке. Адекватное соотношение темпа музыки, динамике в музыке с движениями. Быть внимательными к динамике (громче-тише).

Инструкции учащемуся: педагог предлагает учащемуся послушать произведение и в процессе слушания подобрать движения, соответствующие музыкальному произведению.

Методом замера первого критерия развитости **эмоциональной отзывчивости**, показателя вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения - явился метод творческое задание.

Цель использования данного метода – выявить уровень развития вербального определения в слове настроение музыки, способностью учащегося понимать эмоциональный тон музыкального произведения.

Название задания №2. «Определи настроение музыки».

Методика проведения: учащимся предлагается послушать музыкальное произведение: П. И. Чайковский «Ноктюрн». После слушания, педагог предлагает учащимся хорошо подумать и поднять карточку, (Приложение № 1) соответствующую характеру музыки, и ответить на ряд вопросов:

Какое у музыки настроение? Какие образы хотел показать композитор? Какие чувства испытывал композитор, написавший музыку? Переживал ли ты такие чувства? Что происходило в твоей жизни, когда ты переживал такие чувства?

Методом замера второго критерия развитости **музыкальной эрудиции**, показателя наличия знаний о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия – явился метод опроса.

Цель данного метода – определить степень знаний о средствах музыкальной выразительности таких как: темп, ритм, мелодия.

Инструкция учащемуся: педагог предлагает учащемуся послушать музыкальный фрагмент, незнакомый для него и ответить на вопросы: Какой темп в данном произведении? Какой ритм? Как ведет себя мелодия?

Музыкальный материал: П. И. Чайковский «Полька» из детского альбома.

Методом замера второго критерия развитости **музыкальной эрудиции**, показателя знаний о музыкальных произведениях – явился метод творческое задание.

Цель данного метода – определить степень развитости музыкальных знаний, накопленного тезауруса - личного запаса ассоциаций и образов учащихся.

Название задания: «Угадай, чья музыка звучит».

Содержание задания: Музыкальные загадки - сопоставление музыкального фрагмента и композитора. Учитель предлагает учащимся прослушать музыкальное произведение. После слушания, нужно посмотреть на портреты композиторов на слайде. На слайде изображено три композитора (с цифрами 1, 2 и 3), и учащиеся хорошо подумав, чья музыка звучала, выбирают карточку с номером и показывают учителю. (Приложение № 2).

В качестве музыкального материала были взяты следующие музыкальные произведения, которые широко известны и на слуху практически у любого ребенка. В. А. Моцарт «Турецкое рондо» из сонаты №11 ля мажор, И. С. Бах «Токката и фуга» Ре минор, П. И. Чайковский «Танец Феи Драже» из Балета «Щелкунчик».

В ходе проведённого исследования были получены следующие результаты, которые отражены в таблицах №1 и №2.

Таблица №1.

***Сформированность развития интереса к музыкальному искусству
на констатирующем этапе***

Фамилия и имя	Критерий №1 Развитие эмоциональной отзывчивости	Критерий №2 Развитие музыкальной эрудиции	Общий	Средний балл	Уровень навыков
------------------	-------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------	-----------------	--------------------

учащегося в стартовой школе	Двигательное воплощение музыкального тона произведения	Вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения.	Знания о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.	Знания музыкальных произведений.			
Анна А.	3	2	2	2	9	2,3	средний
Виктория Б.	3	2	1	2	8	2,0	средний
Варвара В.	3	3	3	2	11	2,8	высокий
Артем И.	1	2	1	1	6	1,3	низкий
Дмитрий И.	2	1	2	1	6	1,7	средний
Петр К.	1	1	1	1	4	1,0	низкий
Ульяна М.	2	1	1	1	5	1,3	низкий
Ксения М.	2	2	1	2	7	1,8	средний
Салават М.	2	1	1	1	6	1,3	низкий
Аделина Р.	3	3	3	2	11	2,8	высокий
Анна Р.	2	2	2	2	8	2,0	средний
Дарья С.	3	2	1	2	8	2,0	средний
Софья С.	2	2	1	2	7	1,8	средний

Варвара Ч.	2	2	1	2	7	1,8	средний
------------	---	---	---	---	---	-----	---------

Таблица №2

Сформированность развития интереса к музыкальному искусству в процентном соотношении по результатам начальной диагностики.

Уровни	Количество учеников	Показатели (в % соотношении от общего числа учащихся)
Высокий	2	15%
Средний	8	60%
Низкий	4	25%

В результате собственных наблюдений и проведенной начальной диагностики было обнаружено, что:

1. Преобладает число учащихся, у которых имеется средний уровень сформированности основы развития интереса к музыкальному искусству, составляет 8 человек из 14 (60%).

1. Количество учащихся, у которых высокий уровень сформированности основы развития интереса к музыкальному искусству, составляет 2 человека из 14 (15%).

2. Количество учащихся, у которых низкий уровень сформированности основы развития интереса к музыкальному искусству, составляет 4 человека из 14 (25%).

Музыка является самым интересным и доступным видом искусства для детей дошкольного возраста. Дети шести-семи лет с удовольствием занимаются музыкальной деятельностью: восприятием музыки,

исполнительством, слушанием. Каждый из этих видов музыкальной деятельности оказывает влияние на развитие интереса к музыкальному искусству, на развитие личности ребенка в целом. Учащиеся проявляют не только любопытство, но и заинтересованность, получают удовлетворение, хорошее настроение, и радость. Большинство дошкольников самостоятельно способны адекватно определять настроение музыкального произведения и передавать эмоции в движениях. Движения помогли учащимся выявить эмоции, связанные с музыкальным образом. Помогли реализовать, заложенные ассоциации в музыкальном произведении: двигательные, тактильные и зрительные ассоциации. Использование двигательной активности помогло создать доброжелательную, эмоциональную атмосферу. Исключением в данной группе, был один мальчик, у которого не получилось выразить эмоции. Нужно учитывать индивидуальные особенности ребенка, у каждого свое восприятие окружающего мира. У одного ребенка могут преобладать положительные эмоции, и он будет испытывать радость, а у другого будут отрицательные эмоции. В вербализации эмоционального тона, уровни показателей оказались чуть ниже, т.к. не все учащиеся смогли верно в слове определить характер музыки. По результатам констатирующего этапа выяснилось, что получения знаний о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия и получение знаний о музыкальных произведениях, пробуждают большой интерес у учащихся.

Из всего вышеперечисленного можно сделать следующие выводы:

- у учащихся преобладает двигательное воплощение музыкального тона произведения, это обусловлено тем, что многие учащиеся самостоятельно способны адекватно определять настроение музыкального произведения и передавать эмоции в движениях;
- вербализация эмоционального тона музыкального произведения у учащихся не всегда выражается в слове, так как учащиеся имеют не большой словарный запас, и не большой опыт восприятия музыки;

– недостаточно развиты знания о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия, и большинство учащихся отвечают только на вопросы о темпе;

– у диагностируемых учащихся недостаточно развиты знания о музыкальных произведениях, у всех из них средний и низкий уровень.

Таким образом, опытно-поисковая работа, проведенная в МАОУСОШ № 32, в группе школы развития на констатирующем этапе, позволила выявить исходный уровень развития интереса к музыкальному искусству, и вызвало необходимость разработать комплекс методов использования рекламных роликов для интереса детей к музыкальному искусству.

2.2. Методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей

В ходе диагностирования учащихся, описанного выше, в параграфе 2.1., были выявлены различные проблемы развития интереса к музыкальному искусству. Для того, чтобы устранить имеющиеся недостатки, был разработан комплекс методов использования рекламных роликов. Методы будут зависеть от содержания предмета, от возраста воспитанников [6, с. 35]. В данном параграфе будут выявлены и теоретически обоснованы методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей дошкольного возраста:

- словесный метод;
- полихудожественный метод;
- метод сравнения и контраста.

По словам Э. Б. Абдуллина, метод рассматривается, как то или иное средство, прием, направленные на развитие опыта эмоционально-ценностного отношения к музыке, культуры чувств, на освоение музыкальных знаний, умений и навыков, опыта музыкальной учебно-творческой деятельности, на формирование интересов, потребностей, вкуса.

[1, с. 122]. Методы могут осуществляться непосредственно при контакте педагога с учащимися в учебной деятельности.

Первым методом использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей дошкольного возраста стал словесный метод. Словесный метод помогает осознать полученные музыкально-слуховые представления и выразить их в слове. За счет «слова» и у учащихся проявляется интерес. Слова педагога смогут помочь учащемуся понять содержание музыкального произведения, его идею.

По словам Н. А. Ветлугиной, сущность жизненных явления и объектов отражается в мысли и выражается в словах. Мысль, слово – это вторая ступень познания [8, с. 128]. Данный метод можно считать одним из основных в использованных педагогам. Ю. Б. Алиев, в своей книге «Настольная книга учителя-музыканта» пишет, что важно ненавязчиво, но постоянно внушать ребятам мысль о том, как полезно слушать высокую музыку [2, с. 26]. Важно рассказать нечто интересное о композиторе, об обстоятельствах создания данного произведения. По словам Ю. Б. Алиева, перед тем, как звучит музыка нужно показать соответствующие иллюстрации [2].

Педагог комментирует музыкальное произведение дошкольникам и тут же показывает видеоролик, где сразу идет и текст. Важно подобрать стихотворения к музыкальному фрагменту. Е. Л. Головлева указывает на то, что под вербальной коммуникацией понимается словесная передача информации [11, с. 94]. Речь и слово, устное общение, беседа и рассказ являются универсальными средствами коммуникации.

Педагог проводит тематическую беседу. Австрийский композитор Вольфганг Амадей Моцарт уже в 4 года играл на музыкальных инструментах, в пять лет сочинял, а в 6 лет уже давал собственные концерты [25, с. 224].

Видеоролик: Музыкальные произведения и портреты композитора.

1. В. А. Моцарт (продолжительность 2, 5 минуты);

2. И. С. Бах (Видеоролик 1, 5 минуты), (Приложение № 3);
3. И. С. Бах (Продолжительность 1 мин 20 сек.).

Вторым методом использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей дошкольного возраста стал полихудожественный метод. Специфика музыки ярко проявляется при взаимодействии музыки с такими видами искусства, как изобразительное искусство, литература, искусство движений. Б. П. Юсов называет взаимосвязь искусств – полихудожественным подходом. [39]. В 80-х годах XX века в педагогику художественного образования была введена концепция такого обучения, которая до сих пор является чрезвычайно актуальной [39].

В содержание комплекса рекламных роликов входит взаимосвязь музыки с другими видами искусства. Поэзия на слайде, изобразительное искусство, пластические композиции под музыку. (Приложение № 3).

1. В. А. Моцарт (связь с живописью и кинематографом);
2. П. И. Чайковский (продолжительность 1, 5 минуты).

Метод контраста отвечает слуховой природе музыкального искусства и предполагает наблюдение за контрастными и тождественными элементами музыкальной ткани на всех уровнях [1, с. 123]. О. П. Радынова, отмечает, что данный метод предполагает сопоставление музыкального материала, различных ритмических и динамических контрастов [25]. По словам Б. В. Асафьева, основным контрастирующим материалом в музыкальном материале, являются: сильные и слабые доли такта, *forte* и *piano*, резкие или мягкие чередования тональностей и ладов, изменения и сопоставления тембров [4, с. 79]. Учащиеся, сравнивая музыкальные произведения, осознают различные динамические оттенки, изменение темпа, движение мелодии, жанры, высоту звуков, своеобразный тембр каждого произведения. Метод сравнения позволяет ощущать выразительные черты музыкальных произведений и способствует умению сопоставлять музыкальные жанры. Яркие, познавательные и развивающие, контрастные рекламные ролики, мультимедийные презентации, видеофрагменты помогают разнообразить

процесс знакомства детей с музыкальным искусством, заинтересовать их классической музыкой.

1. Видеоролик. П. И. Чайковский (Продолжительность 2 минуты).
(Приложение № 4).

2. П. И. Чайковский (Продолжительность 1 мин. 40 сек.).

Сравниваем одно произведение и второе. Ролик по первому, ролик по второму. Музыка сопровождает человека в жизни всегда. К примеру, музыку композитора И. С. Баха – можно услышать в церкви, на таком музыкальном инструменте, как орган. А музыку австрийского композитора, музыканта-виртуоза, который обладал феноменальной памятью и способностью музицировать, В. А. Моцарта – характерно слышать на концерте. Если говорить о русском композиторе, дирижере и педагоге, П. И. Чайковском, то его музыка звучит в доме, которая запомнится младшим школьникам, как образ прекрасного.

Подводя итоги, следует отметить, что развитие интереса к музыкальному искусству у дошкольников будет более эффективным, если обучение будет включать в себя больше современных мультимедийных технологий, больше наглядного материала в интеграции различных видов искусств, с учетом возрастных особенностей и личностных качеств учащихся.

3.3. Итоговая диагностика развития интереса к музыкальному искусству у детей

На итоговом этапе диагностики, проведенном после констатирующего этапа, учащимся были предложены те же упражнения и творческие задание, что и на начальном. Они оценивались по 3-х бальной шкале соответственно: высокий – 3 балла, средний – 2 балла, низкий – 1 балл.

Методом замера первого критерия развитости **эмоциональной отзывчивости**, показателя двигательное воплощение эмоционального тона музыкального произведения – явился метод творческое задание.

Название задания № 1. « Передай настроение музыки в движении».

На итоговом диагностировании был использован следующий музыкальный репертуар: И. С. Бах «Шутка».

Уровни развитости показателя «двигательного воплощения эмоционального тона музыкального произведения»:

- высокий уровень наблюдается, если у учащегося адекватное эмоциональному тону движение по темпу и по динамике;
- средний уровень наблюдается, если у учащегося адекватное эмоциональному тону движение по темпу, но в динамике учащийся становится пассивным и отвлекается;
- низкий уровень наблюдается, если учащийся откликается на музыку в соответствии с темпом музыкального материала, но сбивается. И начинает выполнять движения соответственно динамики музыкального произведения, но не может подхватить.

Вторым методом замера первого критерия развитости **эмоциональной отзывчивости**: вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения – явилось следующее творческое задание.

Название задания №2. «Определи настроение музыки».

На итоговом этапе диагностирования был взят музыкальный материал композитора: В. А. Моцарта «Лакримоза» из «Реквиема»[25].

Уровни показателя «вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения».

- высокий уровень наблюдается, если учащийся верно в слове определяет настроение в музыке;
- средний уровень наблюдается, если учащийся весело определяет, а грустно – не достаточно воспринимает.

- низкий уровень наблюдается, если учащийся неверно в слове определяет настроение в музыке.

Первым методом замера второго критерия развитости **музыкальной эрудиции**: знания о музыке, о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия – явился метод опроса.

Музыкальный материал на итоговой диагностике: П. И. Чайковский «Старинная французская песня».

Уровни развитости показателя **«знания о музыке: темп, ритм, мелодия»**:

- высокий уровень наблюдается, если учащийся активно отвечает на вопросы о темпе, ритме и мелодии, адекватно музыкальному произведению;

- средний уровень наблюдается, если учащийся отвечает на вопросы о темпе и мелодии, а ритм определить не может и отвечает с небольшими неточностями;

- низкий уровень наблюдается, если учащийся может определить только темп (быстрый и медленный), а в распознавании мелодии и ритма наблюдаются значимые ошибки.

Вторым методом замера второго критерия развитости **музыкальной эрудиции**: знания о музыкальных произведениях – явился метод творческое задание.

Название задания: «Угадай, чья музыка звучит».

В качестве музыкального материала на проведении итоговой диагностики были взяты следующие музыкальные произведения: И. С. Бах «Прелюдия и fuga» до мажор, П. И. Чайковский «Неаполитанский танец», В. А. Моцарт «Менуэт» из «Маленькой ночной серенады».

Уровень развития «знания о музыкальных произведениях».

- высокий уровень наблюдается, если учащийся знает таких композиторов как, И. С. Бах, В. А. Моцарт, П. И. Чайковский;

- средний уровень наблюдается, если учащийся знает только двух композиторов;

- низкий уровень наблюдается, если учащихся знает только одного композитора.

В ходе проведённой итоговой диагностики исследования были получены следующие результаты, которые отражены в таблицах №3 и №4.

Таблица №3.

Сформированность развития интереса к музыкальному искусству у учащихся на итоговом этапе

Фамилия и имя учащегося в стартовой школе	Критерий №1 Развитие эмоциональной отзывчивости		Критерий №2 Развитие музыкальной эрудиции		Общий балл	Средний балл	Уровень навыков
	Двигательное воплощение музыкального тона произведения	Вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения.	Знания о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.	Знания музыкальных произведений.			
Анна А.	3	3	3	3	12	3	высокий
Виктория Б.	3	3	3	2	11	2,8	высокий
Варвара В.	3	3	3	3	12	3	высокий
Артем И.	2	2	2	1	7	1,8	средний
Дмитрий И.	2	2	2	2	8	2,0	средний
Петр К.	2	2	2	2	8	2,0	средний

Ульяна М.	3	1	1	2	7	1,8	средний
Ксения М.	2	2	1	2	7	1,8	средний
Салават М.	2	1	2	1	6	1,5	средний
Аделина Р.	3	3	2	3	11	2,8	высокий
Анна Р.	2	2	2	2	8	2,0	средний
Дарья С.	3	2	1	2	8	2,0	средний
Софья С.	3	3	3	2	11	2,8	высокий
Варвара Ч.	3	2	3	2	10	2,5	высокий

Таблица № 4

Сформированность всех трех критериев в процентном соотношении по результатам итоговой диагностики.

Уровни	Количество учеников	Показатели (в % соотношении от общего числа учащихся)
Высокий	8	30%
Средний	6	70%
Низкий	0	0%

Сравнив результаты констатирующего и итогового этапов эксперимента, можно выделить следующую динамику (таблицы №5 и №6):

Таблица № 5

Итоговый этап диагностирования сформированности интереса к музыкальному искусству

Фамилия и имя учащегося в стартовой школе	Критерий №1 Развитие эмоциональной отзывчивости		Критерий №2 Развитие музыкальной эрудиции		Общий балл	Средний балл	Уровень навыков	Двигательное воплощение музыкального тона	Вербальное определение эмоционального тона	Знания о темпе, ритме, мелодии.	Знания музыкальных произведений.	Общий балл	Средний балл	Уровень навыков	Диагностика
	Двигательное	Вербальное	Знания о темпе,	Знания музыкальных											
Анна А.	3	2	2	2	9	2,3	средний	3	3	3	3	12	3	высокий	+3
Виктория Б.	3	2	1	2	8	2,0	средний	3	3	3	2	11	2,8	высокий	+3
Варвара В.	3	3	3	2	11	2,8	высокий	3	3	3	3	12	3	высокий	+1
Артем И.	1	2	1	1	6	1,3	низкий	2	2	2	1	7	1,8	средний	+1

Дмитрий И.	2	1	2	1	6	1,7	средний	2	2	2	2	8	2,0	средний	+2
Петр К.	1	1	1	1	4	1,0	низкий	2	2	2	2	8	2,0	средний	+4
Ульяна М.	2	1	1	1	5	1,3	низкий	3	1	1	2	7	1,8	средний	+2
Ксения М.	2	2	1	2	7	1,8	средний	2	2	1	2	7	1,8	средний	+0
Салават М.	2	1	1	1	5	1,3	низкий	2	1	2	1	6	1,5	средний	+1
Аделина Р.	3	3	3	2	11	2,8	высокий	3	3	2	3	11	2,8	высокий	+0
Анна Р.	2	2	2	2	8	2,0	средний	2	2	2	2	8	2,0	средний	+0
Дарья С.	3	2	1	2	8	2,0	средний	3	2	1	2	8	2,0	средний	+0
Софья С.	2	2	1	2	7	1,8	средний	3	3	3	2	11	2,8	высокий	+4

Чупина Варвара	2	2	1	2	7	1,8	средний	3	2	3	2	10	2,5	высокий	+3
---------------------------	---	---	---	---	---	-----	----------------	---	---	---	---	----	-----	----------------	----

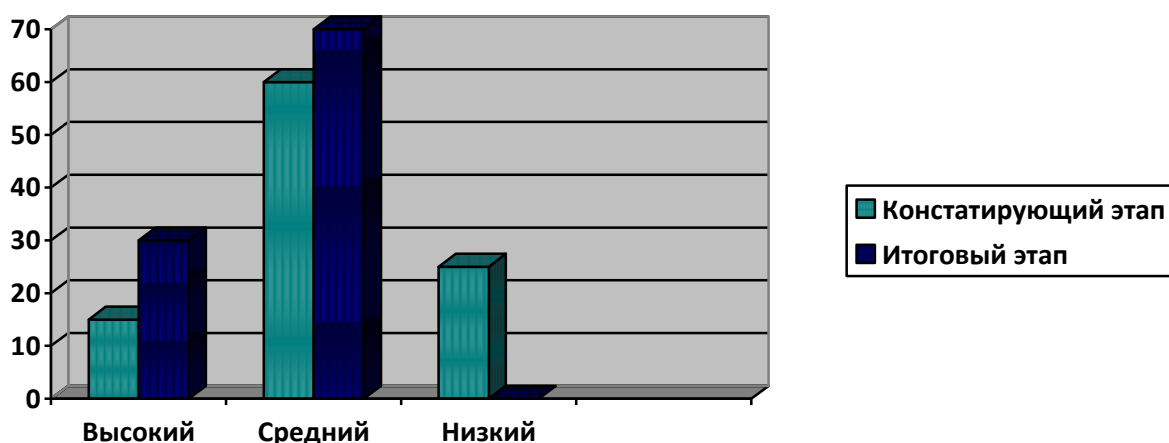
Таблица № 6

***Сравнительный результат констатирующего и итогового этапов
диагностирования в процентном отношении сформированности навыков
развития интереса к музыкальному искусству***

Уровни	Количество учеников	Показатели (в % соотношении от общего числа учащихся)	Уровни	Количество учеников	Показатели (в % соотношении от общего числа учащихся)
Высокий	2	15%	Высокий	8	30%
Средний	8	60%	Средний	6	70%
Низкий	4	25%	Низкий	0	0%

Диаграмма № 1

***Итоги опытно – поисковой работы по развитию интереса у детей в
школе развития средствами рекламных роликов***



Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что в основном у учащихся наблюдается динамика в развитии. Почти у всех учащихся увеличилось количество баллов, за исключением трех учащихся. (остался на уровне, не прибавились баллы). У четверых учащихся повысился уровень со среднего на высокий, и еще у четверых учащихся уровень повысился с низкого на средний. У остальных было прибавление в баллах (на среднем и высоком уровне). В целом, использование комплекса рекламных роликов дает свой результат на развитие интереса к музыкальному искусству.

Таким образом, можно сделать безусловный вывод: комплекс рекламных роликов, применяемый на занятиях, доказал свою эффективность в ходе диагностики. Информация, сочетающая высокую информативность с образным воплощением, связанная с раскрытием образных сфер и творчества композитора смогла улучшить эмоциональный отклик учащихся на музыку и обогатила музыкальный багаж старших дошкольников. Следовательно, развитие интереса к музыкальному искусству, развитие эмоционального отклика и пополнение тезауруса у учащихся в школе развития, возможно, тренировать при помощи данного комплекса рекламных роликов.

Выводы по второй главе

Для проведения диагностики были выделены такие критерии, как развитие эмоциональной отзывчивости на музыку и развитие музыкальной эрудиции у дошкольников. Разработанная диагностика определения уровня развития интереса к музыкальному искусству, оценивалась по трем уровням – высокому, среднему, низкому. После проведения начальной диагностики был сделан вывод о том, что большинство учащихся имеют средний уровень сформированности интереса к музыкальному искусству – это 60% учащихся, высокий уровень имеют 15% учащихся, а низкий уровень сформированности интереса к музыкальному искусству у 25% учащихся. Затем был проведен эксперимент по внедрению комплекса рекламных роликов, как средства формирования интереса к музыкальному искусству у учащихся в стартовой школе.

Комплекс рекламных роликов, способствующих развитию интереса к музыкальному искусству у учащихся стартовой школы, включает ролики на формирование таких критериев, как развитие эмоциональной отзывчивости на музыку, и на углубление знаний музыкальных произведений, и знаний о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.

Методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей дошкольного возраста:

- словесный метод (сочетание видеоролика и слова педагога). Беседа о таких композиторах, как В. А. Моцарт, И. С. Бах, и показ видеоматериала);
- полихудожественный метод (взаимосвязь таких видов искусств, как изобразительное искусство, литература, искусство движений в рекламном ролике, кинематограф);
- метод сравнения и контраста (контрастный музыкальный материал в музыкальных произведениях П. И. Чайковского).

Результаты опытно-поисковой работы, подтвержденные итоговой диагностикой, показали значительный рост уровня развития интереса к

музыкальному искусству. Это свидетельствует о том, что при соблюдении всех условий опытно-поисковой работы, развитие интереса к музыкальному искусству может возрасти.

Итоговая диагностика, в которой использовались те же критерии и показатели, что и в начальной диагностике, показала: что уровень сформированности развития интереса к музыкальному искусству повысился. В основном, у всех учащихся увеличилось количество баллов, за исключением трех учащихся. У трех из них баллы остались неизменными. У четверых учащихся повысился уровень со среднего на высокий, и еще у четверых учащихся уровень повысился с низкого на средний. У остальных было прибавление в баллах (на среднем и высоком уровне). В целом, использование комплекса рекламных роликов дает свой результат на развитие интереса к музыкальному искусству. Повысился эмоциональный отклик, произошло накопление багажа знаний о музыкальных произведениях, о средствах музыкальной выразительности. Комплекс рекламных роликов, применяемый на занятиях, доказал свою эффективность в ходе диагностики. Высокий уровень был у 15% учащихся, стал у 30%, средний уровень на начальном этапе диагностики был 60%, стал 70%, низкого уровня у учащихся не стало. По тем же критериям и показателям показал лучше.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ теоретических, методических работ различных авторов о развитии интереса и диагностика развитости интереса у учащихся дошкольного возраста позволили сделать следующие выводы:

1. В процессе изучения источников, было выявлено, что в таких науках, как психология и педагогика, освещается проблема развития интереса. Изучено и раскрыто содержание понятия «интерес», которое рассмотрено как психолого-педагогическое понятие в трудах С. Л. Рубинштейна, Л. С. Выготского, Н. Г. Морозовой, Г. И. Щукиной, В. А. Сластенина, А. А. Люблинской, а также в педагогических энциклопедиях, и в словарях. В педагогике понятие «интерес» рассмотрено Г. И. Щукиной, В. А. Сластениным; в психологии С. Л. Рубинштейном, Л. С. Выготским, Н. Г. Морозовой, А. А. Люблинской; в музыкальном воспитании Э. Б. Абдуллиним, Ю. Б. Алиевым, Д. Б. Кабалевским, А. Н. Сохором, Г. П. Сергеевой. Интерес – это мотив, действующий в силу своей осознанной значимости и эмоциональной привлекательности. Интерес можно рассматривать, как внутреннее влечение, которое направляет все внутренние силы к исследованию предмета и создает постоянное направление в русле накопления и запоминания, и конечном счете является органом отбора в смысле выбора впечатлений и объединение их в единое целое. Музыкальный интерес – осознанное положительное отношение к музыке на базе новых знаний и умений, положенных непосредственно в музыкальной деятельности при непосредственном участии компетентного педагога пробуждению интереса к музыке способствует всё то, что расширяет кругозор в области искусства.

2. Мультимедийные технологии обладают рядом преимуществ. Благодаря новинкам техники, музыкальное образование можно модернизировать при помощи компьютерной графики. Теперь у педагога есть возможность донести до учащихся информацию в ярких красках,

тембрах, при помощи мультимедиа, на слайдах и на видео. Учитель может включить данный продукт на занятиях, уроках музыки, а так же на внеклассных мероприятиях, на организации праздниках. Показ информации, видеоматериала на экране вызывает у учащихся интерес к деятельности, интерес к искусству. При создании рекламного ролика важен сюжет, контраст, яркость, композиция текстовых рекламных сообщений. В образовательном процессе, где обучается современное поколение, важно использовать новейшие технологии, и заинтересовать их инновационными мультимедийными технологиями.

3. Условия развития интереса к музыкальному искусству средствами рекламного ролика в школе развития: техническое оборудование, учитель, который методически подготовлен, ролики, доступные возрастным особенностям детей, ролики художественно созданные, методические рекомендации по созданию рекламных роликов.

4. Для проведения диагностики были выделены критерии:

- развитие эмоциональной отзывчивости на музыку;
- развитие музыкальной эрудиции у дошкольников.

К критерию «развитие эмоциональной отзывчивости на музыку» соответствуют показатели:

- двигательное воплощение эмоционального тона музыкального произведения;
- вербальное определение эмоционального тона музыкального произведения.

К критерию «развитие музыкальной эрудиции у дошкольников» соответствуют показатели:

- знания о музыке, о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.
- знания музыкальных произведений.

Методами замера выступали: творческие задания и метод опроса.

После проведения начальной диагностики был сделан вывод о том, что большинство учащихся имеют средний уровень сформированности интереса к музыкальному искусству – это 60% учащихся, высокий уровень имеют 15% учащихся, а низкий уровень сформированности интереса к музыкальному искусству у 25% учащихся. Затем был проведен эксперимент по внедрению комплекса рекламных роликов, как средства формирования интереса к музыкальному искусству у учащихся в стартовой школе.

5. Комплекс рекламных роликов, способствующих развитию интереса к музыкальному искусству у учащихся стартовой школы, включает ролики на формирование:

- на развитие эмоциональной отзывчивости на музыку;
- на углубление знаний музыкальных произведений, и знаний о таких средствах выразительности, как темп, ритм, мелодия.

Методы использования рекламных роликов для развития интереса к музыкальному искусству у детей дошкольного возраста:

- словесный метод (сочетание видеоролика и слова педагога). Беседа о таких композиторах, как В. А. Моцарт, И. С. Бах, и показ видеоматериала;
- полихудожественный метод (взаимосвязь таких видов искусств, как изобразительное искусство, литература, искусство движений в рекламном ролике, кинематограф);
- метод сравнения и контраста (контрастный музыкальный материал в музыкальных произведениях П. И. Чайковского).

6. Итоговая диагностика, в которой использовались те же критерии и показатели, что и в начальной диагностике, показала: что уровень сформированности развития интереса к музыкальному искусству повысился. В основном, у всех учащихся увеличилось количество баллов, за исключением трех учащихся. У трех из них баллы остались неизменными. У четверых учащихся повысился уровень со среднего на высокий, и еще у четверых учащихся уровень повысился с низкого на средний. У остальных было прибавление в баллах (на среднем и высоком уровне). В целом,

использование комплекса рекламных роликов дает свой результат на развитие интереса к музыкальному искусству. Повысился эмоциональный отклик, произошло накопление багажа знаний о музыкальных произведениях, о средствах музыкальной выразительности. Комплекс рекламных роликов, применяемый на занятиях, доказал свою эффективность в ходе диагностики. Высокий уровень был у 15% учащихся, стал у 30%, средний уровень на начальном этапе диагностики был 60%, стал 70%, низкого уровня у учащихся не стало. По тем же критериям и показателям показал лучше. Данная тема может быть продолжена, в плане разработки рекламных роликов, для обучающихся в начальных классах общеобразовательной школы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдуллин, Э. Б. Теория музыкального образования: учебник [Текст] / Э. Б. Абдуллин, Е. В. Николаева. – М. : Академия, 2004. -336 с.
2. Алиев, Ю. Б. Настольная книга школьного учителя-музыканта [Текст] /Ю. Б. Алиев. – М. : Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2000. – 336 с.
3. Андреева, Г. М. Социальная психология [Текст] : Учебник для высших учебных заведений/ Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2005. -363 с.
4. Асафьев, Б. В. О музыкальном просвещении и образовании [Текст] / Б. В. Асафьев. - М. : Ленинградское отделение, 1973. – 144 с.
5. Бим-Бад, Б. М. Педагогический энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. Б. М. Бим-Бад.- М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 528 с.
6. Ветлугина, Н. А. Методика музыкального воспитания в детском саду [Текст] : Учебник для учащихся пед. уч-щ по спец. «Дошкольное образование» /Н. А. Ветлугина, И. Л. Дзержинская, Л. Н. Комиссарова. М. : Просвещение, 1982. – 271 с.
7. Ветлугина, Н. А. Музыкальное развитие ребенка [Текст] / Н. А. Ветлугина. - М. : Просвещение, 1967. – 415 с.
8. Ветлугина, Н. А. Теория музыкального воспитания в детском саду [Текст] : Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов по спец. «Дошкол. Педагогика и психология»/ Н. А. Ветлугина, А. В. Кенеман. – М. : Просвещение, 1983. – 255 с.
9. Выготский, Л. С. Педагогическая психология / Под ред. В. В. Давыдова. М. : Педагогика-Пресс, 1996. - 536 с.
- 10.Выготский, Л. С. Психология искусства [Текст] / Л. С. Выготский. – М. : Искусство, 1968. – 350 с.
- 11.Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО Московские учебники, 2006. – 271 с.

12. Гончарук, А. Ю. Музыкально-исполнительское искусство: научно-методическое пособие по государственному образовательному стандарту 3+ / А. Ю. Гончарук ; Российский государственный социальный университет, Факультет искусств и социокультурной деятельности, Кафедра искусств и художественного творчества. – 2-е изд., испр. И доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 184 с. : ил. – Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-4475-9155-7 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461212> (01.06.2018).
13. Гуревич, П.С. Психология рекламы : учебник / П.С. Гуревич. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – (Учебники профессора П.С. Гуревича). – Библиогр. В кн. – ISBN 5-238-00936-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118129> (01.06.2018).
14. Кабалевский, Д. Б. Как рассказывать детям о музыке [Текст] / Д. Б. Кабалевский. – М. : 1989. – С. 14.
15. Кабалевский, Д. Б. Воспитание ума и сердца [Текст]: Кн. для учителя / Д. Б. Кабалевский, В.И. Викторов. – М. : Просвещение, 1981. – 192 с.
16. Коджаспирова, Г. М. Педагогический словарь: Для студ. Высш. И сред. Пед. Учеб. Заведений [Текст] / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Академия, 2000. – 176 с.
17. Кочулина, К. А. Формирование интереса к музыке у младших школьников [Электронный ресурс]. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29019277_37127663.pdf
18. Критская, Е. Д. Музыка: 1-4 классы: Методическое пособие/ Е. Д. Критская, Г. П. Сергеева, Т. С, Шмагина. – М. : Просвещение, 2006. – 24 с.
19. Люблинская, А. А. Детская психология [Текст]: Учебное пособие для студентов педагогических ин-тов/ А. А. Люблинская. – М. : Просвещение, 1971. – 415 с.

- 20.Меньшикова, Н. А. Мультимедиа реклама музыкального произведения как средство формирования интереса учащихся к классическому искусству//Искусство и образование. – (Теория и методика). -2006. -№ 4. – С. 80-91.
- 21.Меньшикова, Н. А. Формирование умений создания мультимедийной рекламы у учителей музыки в системе повышения квалификации: дис. Канд. Пед. наук/ Н. А. Меньшикова; Урал. Гос. Пед. ун-т. – Екатеринбург, 2006. -139с.
- 22.Морозова, Н. Г. Учителю о познавательном интересе[Текст]/ Н. Г. Морозова. - М. : Знание, 2009. -246 с.
- 23.Музыкант Л. В. Формирование брэнда средствами PR и рекламы: Учеб. Пособие. М. : Экономистъ, 2004. – 606 с.
- 24.Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка. М. : ООО «Мир и образование», 2014. -1376 с.
- 25.Радынова, О. П. Музыкальное развитие детей: В 2 ч. –М.: ит ориГуманит. ВЛАДОС, 1997 Ч.1. – 608 с.
- 26.Радынова О. П. Слушаем музыку: Кн. Для воспитателя и муз. Руководителя дет. сада. – М. : Просвещение, 1990.- 160 с.
- 27.Российская педагогическая энциклопедия/ Под ред. В. Г. Панова. М. : Большая Российская энциклопедия, с 1993. – 830 с.
- 28.Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб. : Питер, 2002. 720 с.
- 29.Сластенин В. А. Педагогика: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов. М.: Академия, 2002. — 576 с.
- 30.Современный словарь по педагогике 2001/ Сост. Рапацевич Е. С.- Мн. : «Современное слово», 2001. – 928 с.
- 31.Сохор А. Н. Социология и музыкальная культура. М. : Сов. Композитор, 1975. 206 с.

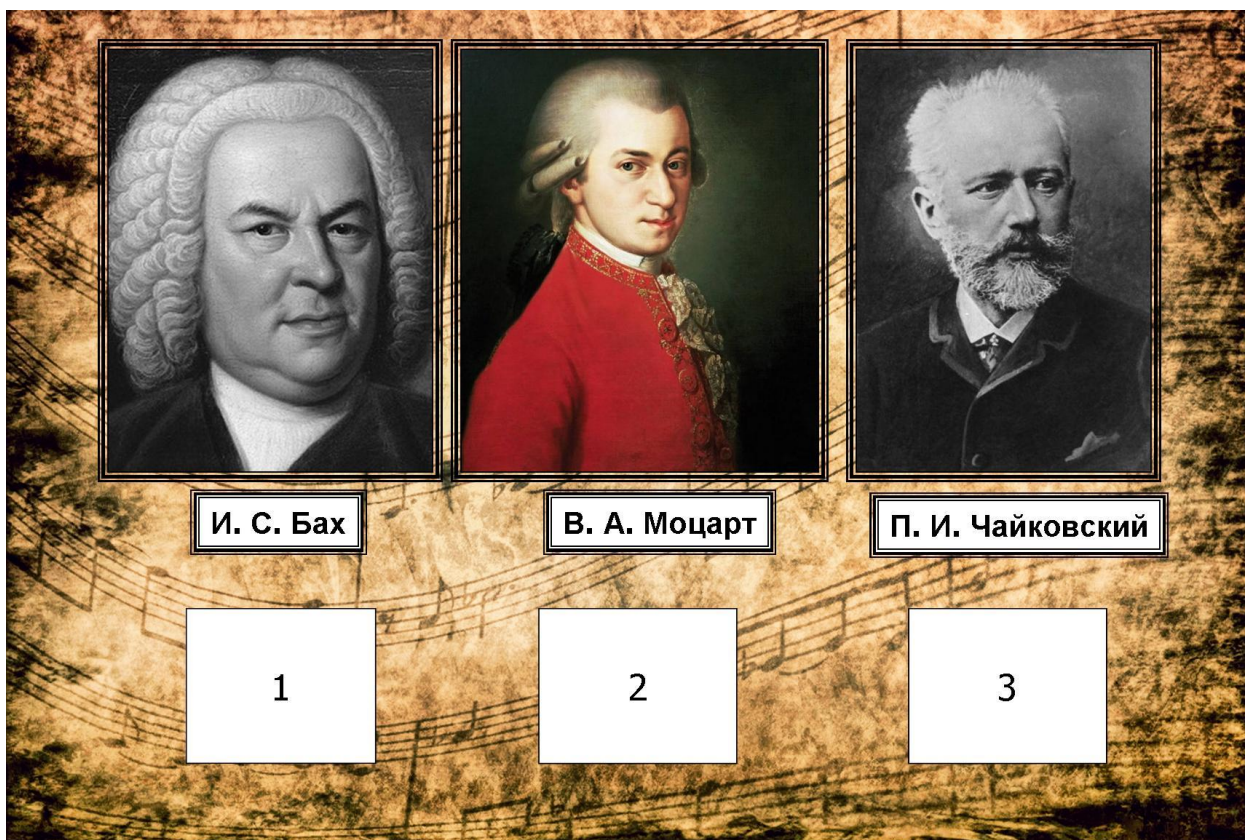
- 32.Судакова Н. Е. Формирование интереса к обучению музыкальному искусству: исторический аспект[Электронный ресурс]. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_17844673_84160134.pdf
- 33.Тагильцева Н. Г. Организация музыкальных занятий в стартовых школах// Образование и наука 2013№6 (105) С. 118-131с.
- 34.Тагильцева Н. Г., Шамтиева М. Р. Современная музыкальная культура и ребенок, 2009. – 149 с.
- 35.Теплов Б. М. Психология музыкальных способностей/ Б. М. Теплов; [Отв. Ред. Э. А. Голубева, Е. П. Гусева, В. А. Кольцова, О. Е. Серова]. – М. : Наука, 2003. -284 с.
36. Трайнев В. А., Трайнев И. В. Информационные коммуникационные педагогические технологии. Учебное пособие. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, 2009. - 280 с.
37. Щукина Г.И. Педагогические проблемы формирования познавательных интересов учащихся/ Г. И. Щукина. – М.: Просвещение, 1988. – 280 с.
- 38.Щукина Г.И. Проблема познавательного интереса в педагогике / Г.И. Щукина – М.: Педагогика, 1971. – 352 с.
- 39.Юсов Б. П. Взаимодействие искусств: методология, теория, гуманитарное образование // Взаимодействие искусств: методология, теория, гуманитарное образование: Материалы междунар. Науч.-прак. Конф. –А. : 1997. С. 215, 214.

ПРИЛОЖЕНИЕ

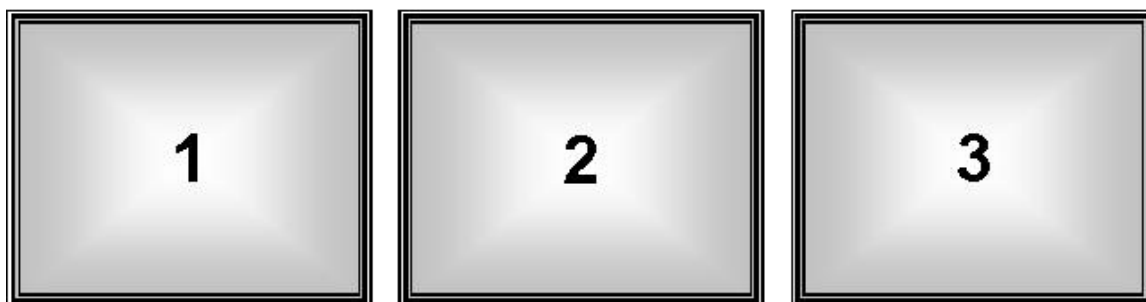
Приложение № 1



Приложение № 2

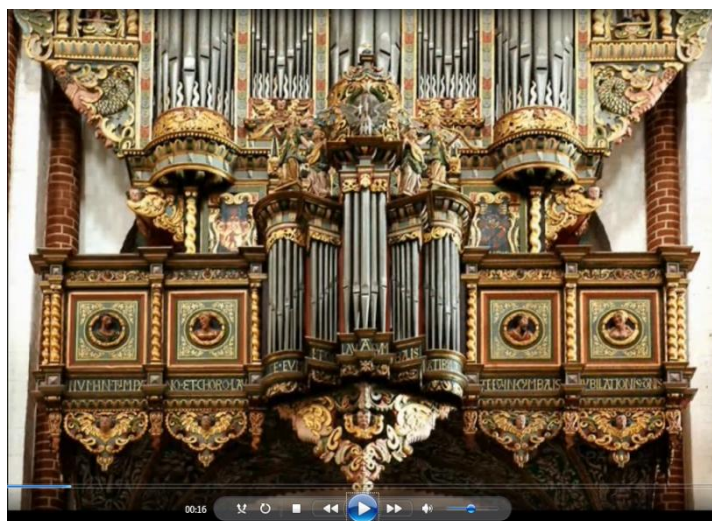


У каждого учащегося имеется по 3 карточки.



Приложение № 3

И. С. Бах «Токката и фуга ре – минор»



В. А. Моцарт. «Менуэт»



Приложение № 4

П. И. Чайковский «Игра в лошадки»



П. И. Чайковский «Старинная французская песенка»

